

## Библиографический список

1. Вахтина М.А. Доверие к государству как фактор повышения его эффективности // Журнал институциональных исследований. – 2014. - № 3 (35). – С. 57–65.
2. Гидденс Э. Последствия современности. – М.: Изд-во «Праксис». – 2013. – С. 352.
3. Гудков Л. «Доверие» в России: смысл, функции, структура // Вестник общественного мнения. – 2012. - № 2. – С. 8–47.
4. Тарасевич В.Н. Современное доверие: содержание и кризис // Журнал институциональных исследований. – 2013. - № 4 (30). – С. 18–26.

**УДК 316.6**

*Е. С. Мелехина,*

студент,

*П. А. Амбарова,*

доцент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИМИДЖА ОРГАНА ВЛАСТИ С ПОМОЩЬЮ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА

**Аннотация.** В статье раскрывается необходимость грамотного подхода к выстраиванию информационно-коммуникативных каналов в органе власти. Показано значение такого канала коммуникации с внешней средой, как сайт органа исполнительной власти. Анализируется структура и содержание сайта Управления вневедомственной охраны Свердловской области как средство презентации его имиджа.

**Ключевые слова:** коммуникация, сайт, власть, имидж, управление.

*E.S. Melehkina*

student,

*P.A. Ambarova,*

associate professor,

Ural Federal University,

Yekaterinburg, Russia

## IMAGE PRESENTATION OF AUTHORITY SHALL USING OFFICIAL SITE

**Abstract.** The article reveals the need for a competent approach to building information and communication channels to authorities. The importance of this channel of communication with the external environment, as the site of executive authority. We analyze the structure and content site of the Office of the private security of the Sverdlovsk region as a means of its image presentation.

**Keywords:** communication, site, authority, image, management.

В деятельности любой организации большое значение имеют коммуникативные структуры. Чем лучше выстроены каналы коммуникации, тем эффективнее система управления. Большое значение коммуникативные процессы и связи имеют в деятельности конкретного сотрудника органа власти. Они обеспечивают его вхождение в должность, конструктивное знакомство с коллективом, организацию рабочего места, объем и качество необходимой для работы информации. Коммуникация служит основой развития каждого сотрудника органа власти [1]. Коммуникация в системе управления органов власти

отнодь не последняя составляющая. Благодаря коммуникациям достигается взаимодействие субъектов государственного органа власти между собой и с субъектами внешней среды.

В широком смысле мы можем понимать коммуникацию как передачу какого-либо сообщения, диалог между людьми или социальными группами. Г. Почепцов подчеркивает, что от уровня нашего знания коммуникативных процессов зависят наши результаты. Сравнивая XX и XXI века, он пишет: «В прошлом, когда система была репрессивно-коммуникативной, достаточно было опереться на внешнее принуждение. Сегодня таким принуждением может быть только внутреннее желание, собственное решение данного индивидуума» [2, с. 234]. Если прежде на первое место выдвигалась монологическая коммуникация, где слушающий всегда солидарен с оратором, то сегодня требуются диалогические коммуникации. Только такая коммуникация может быть эффективной и даёт положительные результаты в деле формирования положительного имиджа органа власти.

Коммуникации в системе органов МВД имеют свою специфику. В данной сфере деятельности коммуникации должны быть всегда отрегулированы и рационально выстроены. Коммуникации в органах МВД реализуются в строгом соответствии с регламентами и осуществляются преимущественно по нисходящей линии (от руководителя к исполнителю). Здесь складываются все основные виды коммуникаций – внешние (с внешней средой организации) и внутренние (между подразделениями), а также формы обратной связи, т.е. коммуникация по восходящей линии (от исполнителя к руководителю).

Коммуникации в органах МВД также делятся на межличностные и межгрупповые, формальные и неформальные. Сотрудники этих организаций часто сталкиваются с так называемыми барьерами коммуникации. Барьерами мы называем факторы, которые препятствуют взаимодействию, пониманию и нормальному усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей. Если рассматривать орган исполнительной власти, где в большинстве своём все действия сотрудников должны подчиняться регламентам, имеет место быть такой тип барьеров, как личностный. Это коммуникативные помехи, которые порождаются человеческими эмоциями, а также психологической несовместимостью. Для решения данных проблем, сотрудникам данной организации предоставляют возможность взаимодействовать в неформальной обстановке.

В органах МВД выстроен особый канал коммуникации с внешней средой – интернет-сайт. XXI век – век высоких технологий, и интернет захватил большую часть информационного пространства, в том числе и в сфере ГМУ. К официальному сайту органа исполнительной власти предъявляются особые требования и стандарты. Проанализируем этот способ коммуникации на примере официального сайта органа исполнительной власти – ФГКУ «Управление вневедомственной охраны ГУ МВД России по Свердловской области».

Прежде всего, скажем, что это канал коммуникации с внешней средой: партнёрами, населением, иными органами государственной власти и различными организациями. Кроме того это способ выстраивания и презентации имиджа органа власти. Официальный сайт не должен скрывать важную информацию от посетителей сайта. На нем посетители должны в полном объёме получить достоверную информацию об организации.

Сайт изучаемой организации оформлен согласно эстетическим канонам для сайтов подобных организаций. Дизайн выполнен в сдержанных темно-синих тонах. Как театр начинается с вешалки, сайт органа власти начинается с символики. Логотипом является герб, который находится в левом верхнем углу страницы. Структура сайта УВО достаточно лаконична и информативна для каждого посетителя. Здесь расположен такой главный раздел, как «Новости». Он обновляется не реже, чем один или два раза с

интервалом пять дней. В новостной ленте, конечно, преобладает информация о самых последних криминальных событиях, произошедших в Свердловской области, прежде всего, грабежах.

Что касается степени интерактивности сайта, то на нем присутствует рубрика «Вопрос-ответ», благодаря которой любой гражданин может получить задать вопрос и через какое-то время получить ответ на интересующий вопрос. Также на сайт выведены все контакты данной организации, а также всех филиалов, расположенных в Свердловской области.

На сайте присутствует фото- и видео-галерея. Сотрудники управления вневедомственной охраны ГУ МВД России по Свердловской области представлены в разделе «Доска почёта». О каждом отличившемся сотруднике размещена статья с фотографиями. О достойных поступках сотрудников может прочитать любой желающий.

Информация об услугах УВО предоставляется достаточно четко и ясно. Так, в разделе «Услуги» можно найти полную информацию о специализации и категориях предоставляемых работ, а также прейскурант цен на данные работы. Услуги описаны в понятной для восприятия таблице.

Оценивая официальный сайт управления вневедомственной охраны ГУ МВД России по Свердловской области, мы, безусловно, можем говорить о том, что сайт полностью поддерживает имидж и статус учреждения. У простых граждан возникает чувство доверия к публикуемой информации, а в УВО – доверие.

#### **Библиографический список**

1. Терентьева Ю.В. Роль коммуникации в системе мотивации персонала // Вестник Томского государственного университета. – 2008. - № 316. – С. 48–51.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; Ваклер. – 2001. – С. 651.

#### **УДК 338.26**

*И.А. Пермяков,*

студент,

*М.В. Певная,*

доцент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

#### **РЕАЛИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЯХ В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ: СОСА-COLA И NESTLE**

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые положения идеологии КСО. Выявляются ключевые направления реализации корпоративной социальной ответственности (КСО) в двух транснациональных корпорациях на примере Coca-Cola и Nestle.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, направления корпоративной социальной ответственности.